

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Финансовый менеджмент

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
МАРКЕТИНГ В ЭНЕРГЕТИКЕ

| | |
|--|--|
| Блок: | Блок 1 «Дисциплины (модули)» |
| Часть образовательной программы: | Вариативная |
| № дисциплины по учебному плану: | Б1.В.11.08.01 |
| Трудоемкость в зачетных единицах: | 8 семестр - 4; |
| Часов (всего) по учебному плану: | 144 часа |
| Лекции | 8 семестр - 28 часа; |
| Практические занятия | 8 семестр - 14 часов; |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| Самостоятельная работа | 8 семестр - 101,7 часа; |
| в том числе на КП/КР | не предусмотрено учебным планом |
| Иная контактная работа | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| включая: | |
| Контрольная работа | |
| Промежуточная аттестация: | |
| Зачет с оценкой | 8 семестр - 0,30 часа; |

Москва 2019

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

| | | |
|---|---|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Вольная С.А. |
| | Идентификатор | R09d4f34a-VolnayaSA-857582a9 |

(подпись)

С.А. Вольная

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|---|---|--------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Епифанов В.А. |
| | Идентификатор | Rad930396-YepifanovVA-60810d9c |

(подпись)

В.А. Епифанов

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|---|---|-------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Кетоева Н.Л. |
| | Идентификатор | R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3 |

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Состоит в изучении инновационной и инвестиционной деятельности, рекламной стратегии, связанной с развитием предпринимательской или коммерческой деятельности предприятия; изучение рынков электроэнергии и мощности, рынков услуг в электроэнергетике

Задачи дисциплины

- Изучение назначения, целей и задач маркетинга в электроэнергетике;
- Разработке плана создания и развития новых организаций – продавцов электроэнергии и мощности;
- Изучение структуры, содержания разделов, требований и принципов маркетинговых исследований в электроэнергетике.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|---|--|--|
| ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений | | знать: - Основные понятия в маркетинге, структуру маркетинга, специфику и элементы комплекса маркетинга в сфере энергетической деятельности; - Производственную деятельность организации в условиях современной экономики. уметь: - Анализировать маркетинговую среду, определять маркетинговые стратегии, анализировать элементы комплекса маркетинга в различных сферах энергетической деятельности; - Проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин основной профессиональной образовательной программе Финансовый менеджмент (далее – ОПОП), направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы | | | | | | | | | | Содержание самостоятельной работы/ методические указания |
|-------|---|-----------------------|---------|--|-----|----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|--|
| | | | | Контактная работа | | | | | | СР | | | | |
| | | | | Лек | Лаб | Пр | Консультация | | ИКР | | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль | |
| КПР | ГК | ИККП | ТК | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний | 18 | 8 | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 23-43 |
| 1.1 | Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя | 18 | | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | |
| 2 | Маркетинг электросетевых компаний | 36 | | 8 | - | 4 | - | - | - | - | - | 24 | - | <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Маркетинг электросетевых компаний" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], Стр. 137-156 |
| 2.1 | Определение доли рынка электроэнергии для электростанций | 18 | | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | |
| 2.2 | Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию | 18 | | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | |
| 3 | Маркетинг сервисных услуг энергетической компаний | 36 | | 8 | - | 4 | - | - | - | - | - | 24 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Маркетинг сервисных услуг энергетической компаний" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях |
| 3.1 | Особенности offline, online-маркетинга | 18 | | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|-------------|---------------|--------------|---|
| | сервисных компаний энергетического рынка | | | | | | | | | | | | <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 44-83 |
| 3.2 | Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании | 18 | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | |
| 4 | Маркетинг предприятий сферы энергетики | 36 | 8 | - | 4 | - | - | - | - | - | 24 | - | <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Маркетинг предприятий сферы энергетики" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях |
| 4.1 | Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики | 18 | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | <u>Самостоятельное изучение</u> |
| 4.2 | Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики | 18 | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 12 | - | <u>теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Маркетинг предприятий сферы энергетики" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], Стр. 8-9 |
| | Зачет с оценкой | 18.00 | - | - | - | - | - | - | - | 0.30 | - | 17.70 | |
| | Всего за семестр | 144.00 | 28 | - | 14 | - | - | - | - | 0.30 | 84 | 17.70 | |
| | Итого за семестр | 144.00 | 28 | - | 14 | - | - | - | - | 0.30 | 101.70 | | |

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний

1.1. Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя

Предпосылки и особенности создания рынка электрической энергии и мощности. Организация оптового и розничного рынков электроэнергии и мощности. Особенности промышленного маркетинга генерирующих компаний..

2. Маркетинг электросетевых компаний

2.1. Определение доли рынка электроэнергии для электростанций

Организационная структура и особенности функционирования электросетевого комплекса. Специфика маркетинга электросетевых компаний.

2.2. Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию

Классификация услуг электросетевых компаний и тарифное регулирование в электросетевом комплексе.

3. Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний

3.1. Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка

Виды и классификация сервисных услуг энергетических компаний.

3.2. Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации

энергетической сервисной компании

Маркетинговые подходы к организации сервисного обслуживания.

4. Маркетинг предприятий сферы энергетики

4.1. Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики

Маркетинговые стратегии развития услуг сферы энергетики.

4.2. Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики

Особенности и классификация услуг сферы энергетики.

3.3. Темы практических занятий

1. Определение доли рынка электроэнергии для электростанций;
2. Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики;
3. Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики;
4. Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании;
5. Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка;
6. Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию;
7. Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1) | Коды индикаторов | Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1) | | | | Оценочное средство (тип и наименование) |
|---|-------------------|---|---|---|---|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Знать: | | | | | | |
| Производственную деятельность организации в условиях современной экономики | ПК-5(Компетенция) | | + | | | Контрольная работа/Маркетинг электросетевых компаний |
| Основные понятия в маркетинге, структуру маркетинга, специфику и элементы комплекса маркетинга в сфере энергетической деятельности | ПК-5(Компетенция) | + | | | | Контрольная работа/Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний |
| Уметь: | | | | | | |
| Проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики | ПК-5(Компетенция) | | | | + | Контрольная работа/Маркетинг предприятий сферы энергетики |
| Анализировать маркетинговую среду, определять маркетинговые стратегии, анализировать элементы комплекса маркетинга в различных сферах энергетической деятельности | ПК-5(Компетенция) | | | + | | Контрольная работа/Маркетинг сервисных услуг энергетической компаний |

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

8 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний (Контрольная работа)
2. Маркетинг предприятий сферы энергетики (Контрольная работа)
3. Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний (Контрольная работа)
4. Маркетинг электросетевых компаний (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет с оценкой (Семестр №8)

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей

В диплом выставляется оценка за 8 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Маркетинг в энергетике : учебное пособие по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / Н. Л. Кетоева, М. О. Коробко, В. В. Жуков, [и др.], Нац. исслед. ун-т "МЭИ" (НИУ"МЭИ") . – М. : Изд-во МЭИ, 2018 . – 284 с. - Победитель Всероссийского конкурса рукописей учебной, научно-технической и справочной литературы по энергетике 2017 года . - ISBN 978-5-7046-1946-8 .

http://elib.mpei.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=10730;

2. Максимов, Б. К. Электроэнергетика России после проведения реформ и основы рынка электроэнергии : учебное пособие для вузов по направлению подготовки "Электроэнергетика электротехника" / Б. К. Максимов, В. В. Молодюк . – 2-е изд., перераб. и доп . – М. : Издательский дом МЭИ, 2016 . – 156 с. - ISBN 978-5-383-00931-4 .;

3. Гордеев А. С.- "Энергетический менеджмент в сельском хозяйстве", Издательство: "Лань", Санкт-Петербург, 2021 - (308 с.)

<https://e.lanbook.com/book/169123>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
3. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
11. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
12. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения | Номер аудитории, наименование | Оснащение |
|---|---|--|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус |
| | К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП | К-504, Учебная аудитория | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер |
| | К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации | К-504, Учебная аудитория | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер |
| | К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный |

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| | МЭП | проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус |
| | К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус |
| | К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП | кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус |
| Помещения для самостоятельной работы | НТБ-302, Читальный зал отдела обслуживания учебной литературой | стул, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный |
| | НТБ-303, Компьютерный читальный зал | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер |
| | НТБ-301, Учебная аудитория кафедры "БИТ" | парта, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран |
| Помещения для консультирования | К-516, Кабинет сотрудников кафедры МЭП | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, ноутбук, компьютер персональный, принтер, холодильник, кондиционер |
| | К-514, Кабинет сотрудников кафедры МЭП | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, колонки звуковые, многофункциональный центр, компьютер персональный, принтер, кондиционер |
| | К-513, Кабинет сотрудников кафедры МЭП | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, экран интерактивный, колонки звуковые, мультимедийный проектор, доска маркерная, многофункциональный центр, ноутбук, компьютер персональный, принтер, холодильник, кондиционер |
| | К-518, Кабинет сотрудников кафедры МЭП | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, колонки звуковые, доска маркерная, многофункциональный центр, |

| | | |
|--|----------------------------------|---|
| | | ноутбук, компьютер персональный, принтер, кондиционер |
| Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря | Ж-203, Кабинет сотрудников "МЭП" | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, вешалка для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, холодильник, кондиционер |

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в энергетике

(название дисциплины)

8 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний (Контрольная работа)

КМ-2 Маркетинг электросетевых компаний (Контрольная работа)

КМ-3 Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний (Контрольная работа)

КМ-4 Маркетинг предприятий сферы энергетики (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|---|------------|------|------|------|------|
| | | Неделя КМ: | 3 | 7 | 11 | 14 |
| 1 | Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний | | | | | |
| 1.1 | Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя | | + | | | |
| 2 | Маркетинг электросетевых компаний | | | | | |
| 2.1 | Определение доли рынка электроэнергии для электростанций | | | + | | |
| 2.2 | Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию | | | + | | |
| 3 | Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний | | | | | |
| 3.1 | Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка | | | | + | |
| 3.2 | Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании | | | | + | |
| 4 | Маркетинг предприятий сферы энергетики | | | | | |
| 4.1 | Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики | | | | | + |
| 4.2 | Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики | | | | | + |
| Вес КМ, %: | | | 20 | 25 | 25 | 30 |